

**PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK DAN PROFITABILITAS
PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE*
*SOCIAL RESPONSIBILITY***

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Periode 2016)



Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

AGUNG PUTRI RAHMAWATI

NIM. 12030114120074

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2018**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Agung Putri Rahmawati

Nomor Induk Mahasiswa : 12030114120074

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK DAN
PROFITABILITAS PERUSAHAAN
TERHADAP PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur
yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Periode 2016)**

Dosen Pembimbing : Prof. Dr. H. Abdul Rohman, S.E., M.Si., Akt.

Semarang, 24 September 2018

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. H. Abdul Rohman, S.E., M.Si., Akt.

NIP. 196601081992021001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Agung Putri Rahmawati

Nomor Induk Mahasiswa : 12030114120074

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH AGRESIVITAS PAJAK DAN
PROFITABILITAS PERUSAHAAN
TERHADAP PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur
yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Periode 2016)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 15 Oktober 2018

Tim Penguji :

1. Prof. Dr. H. Abdul Rohman, S.E., M.Si., Akt. (.....)
2. Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si., Akt. (.....)
3. Dr. Daljono, S.E., M.Si., Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Agung Putri Rahmawati, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **“Pengaruh Agresivitas Pajak dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*”**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 24 September 2018

Yang membuat pernyataan,

(Agung Putri Rahmawati)

NIM. 12030114120074

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Sesungguhnya Allah tidak merubah suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

(QS. Ar-Ra’d: 11)

Skripsi ini saya persembahkan untuk

Bapak, Mama, kakak-kakak dan adik yang saya sayangi

Sahabat dan teman-teman yang selalu setia memberikan semangat dan dukungan

Terimakasih untuk segalanya

ABSTRACT

This study aims to examines the influence of corporate tax aggressiveness and profitability on corporate social resposibility disclosure (CSRD). Independent variabel used in this study are tax aggressiveness that measured using proxy of effective tax rates (ETR) and profitability that measured using proxy of return on asset (ROA). Dependent variable in this study is the corporate social responsibility disclosure (CSRD).

This study used three control variables, include size, capital intensity and leverage. This study replicated from Lanis and Richardson's research on (2013). This study used secondary data. The population consists of manufacture companies listed on Indonesia Stock Exchange during 2016. Sampling method used is purposive sampling. The samples were 79 companies. Analysis test using a model of ordinary least square regression analysis.

The results of this study show that corporate tax aggressiveness and profitability significantly and positively related to CSRD. This study showed that companies that have a high level of aggressiveness resulting company would disclose CSR greater than the firm that does not tax aggressiveness. This study also showed that companies that have a high level of profitability resulting company would disclose CSR greater than the firm that have a low level of profitability.

Keywords: corporate social responsibility disclosure, corporate tax aggressiveness, profitability.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh agresivitas pajak perusahaan dan profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility (CSR). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak yang diukur menggunakan proksi effective tax rates (ETR) dan profitabilitas yang diukur menggunakan proksi return on asset (ROA). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah corporate social responsibility (CSR).

Penelitian ini menggunakan tiga variabel kontrol yaitu size, intensitas modal dan leverage. Penelitian ini memodifikasi penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2013). Penelitian ini menggunakan data sekunder. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2016. Sampel penelitian dipilih dengan metode purposive sampling dan diperoleh 79 perusahaan yang memenuhi kriteria. Uji analisis menggunakan model analisis regresi ordinary least square.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas yang tinggi mengakibatkan perusahaan akan mengungkapkan CSR lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan agresivitas pajak. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi juga menunjukkan bahwa perusahaan akan mengungkapkan CSR lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah.

Kata kunci: *corporate social responsibility disclosure*, agresivitas pajak, profitabilitas,

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur dengan menyebut nama Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Agresivitas Pajak dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.” (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016)*. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi bagi setiap mahasiswa semester akhir dalam rangka menyelesaikan pendidikan pada program sarjana (S1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna baik dari keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak, sehingga dapat dijadikan sebagai masukan yang bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan agar dapat menjadi lebih baik.

Penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Atas bantuan, bimbingan serta dukungan yang telah diberikan kepada penulis maka perkenankan penulis untuk menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Abdul Rohman, S.E., M.Si., Akt. selaku Dosen Pembimbing atas waktu, perhatian dan bimbingan serta arahnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

2. Dr. Darsono, SE., MBA., Akt selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis dari awal hingga akhir studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
3. Para Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomika dan Bisnis serta seluruh Karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
4. Keluargaku Bapak dan Mama atas segala doa, kasih sayang, dorongan, semangat, bimbingan, dan nasihat. Kakak-kakak dan adik saya yang senantiasa memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Sahabat-sahabat tersayang, Batahi, Iqoh, Despur, Destan, Lia, Nisa, Putri, Ganis, Tasya, Nanda dan Intan, terima kasih atas bantuan dan kebersamaan selama perkuliahan ini, sayang kalian lah pokoknya.
6. Dicky Oktavian, terima kasih karena telah membantu, menghibur dan selalu memberikan dukungan, motivasi serta waktu.
7. Teman-teman Mahasiswa Program Studi Akuntansi angkatan 2014, serta pihak-pihak lain yang telah memberikan dukungan, bantuan, doa, ilmu, dan semangat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, nasihat, bimbingan, dan semangat kepada penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta

menambah ilmu dan wawasan bagi pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Semarang, 24 September 2018

Penulis,

Agung Putri Rahmawati

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	3
1.1 Latar Belakang Masalah	3
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Manfaat Penelitian	9
1.4 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Teori Legitimasi	12
2.1.2 Teori <i>Signaling</i>	13

2.1.3	<i>Corporate Social Responsibility</i>	15
2.1.4	<i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	17
2.1.5	Agresivitas Pajak.....	17
2.1.6	Profitabilitas	18
2.1.7	Variabel Kontrol.....	19
2.2	Penelitian Terdahulu.....	21
2.3	Kerangka Pemikiran	27
2.4	Pengembangan Hipotesis	28
2.4.1	Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap Pengungkapan CSR.....	28
2.4.2	Pengaruh Profitabilitas Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR .	30
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	32
3.1.1	Variabel Dependen.....	32
3.1.2	Variabel Independen	33
3.1.3	Variabel Kontrol.....	34
3.2	Populasi dan Sampel	36
3.3	Jenis dan Sumber Data	38
3.4	Metode Pengumpulan Data	38
3.5	Metode Analisis Data	38
3.5.1	Statistik Deskriptif	38
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	39
3.5.3	Uji Hipotesis	41
3.5.4	Analisis Regresi	42
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....		44
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	44

4.2	Analisis Data	46
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif	46
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	48
4.2.3	Analisis Regresi OLS	54
4.2.4	Uji Hipotesis	54
4.3	Interpretasi Hasil	60
4.3.1	Interpretasi Hasil Uji Hipotesis	60
4.3.2	Variabel Kontrol.....	62
BAB V PENUTUP.....		65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Keterbatasan	66
5.3	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN.....		69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 4.1	Perolehan Sampel Data.....	45
Tabel 4.2	Statistik Deskriptif.....	47
Tabel 4.3	Hasil Uji Statistik Non-Parametrik <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	51
Tabel 4.4	Hasil Uji Multikonieritas.....	52
Tabel 4.5	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	55
Tabel 4.6	Hasil Uji Determinasi.....	56
Tabel 4.7	Hasil Uji Statistik t.....	57
Tabel 4.8	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1	Gambar Grafik Histogram Normalitas.....	50
Gambar 4.2	Gambar <i>Normal Probability Plot</i>	50
Gambar 4.3	<i>Scatterplot</i> (Uji Heteroskedastisitas).....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Nama Perusahaan.....	69
Lampiran 2	Daftar Indikator Pengungkapan CSR Menurut GRI G4.....	72
Lampiran 3	Hasil Output SPSS.....	83

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat sekarang ini semakin sadar akan dampak sosial yang disebabkan oleh perusahaan dalam melaksanakan kegiatannya dengan tujuan untuk mencapai keuntungan yang diperoleh secara maksimal. Sehingga, masyarakat menuntut bahwa perusahaan perlu memperhatikan dampak sosial yang disebabkan dan juga upaya menyelesaikannya. Menurut Istianingsih (2015), pengungkapan CSR perusahaan adalah sebuah konsep manajemen yang baru dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya mengenai informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diharapkan untuk mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan sebagai hasil dari kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

Doly (2018) berpendapat bahwa perusahaan pada umumnya beranggapan bahwa mereka memiliki dua beban, yaitu beban pajak dan beban CSR, yang sama-sama digunakan untuk memberikan kesejahteraan kepada masyarakat. Perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak untuk meminimalkan beban yang harus dikeluarkan. Tindakan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut tentu tidak sesuai dengan harapan masyarakat, sehingga perusahaan berupaya menutupi tindakan tersebut dan diharapkan dapat mengubah pandangan negatif masyarakat dan memperoleh legitimasi dari masyarakat dengan cara melaksanakan CSR yang lebih besar terhadap masyarakat.

Fenomena gap pada penelitian ini adalah perusahaan seharusnya melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkannya sebagai suatu bentuk tanggung jawab kepada para pemangku kepentingan, namun beberapa perusahaan dianggap melakukan pengungkapan CSR untuk mengalihkan perhatian masyarakat atas masalah etika bisnis yang dilakukan oleh perusahaan (tidak sesuai harapan masyarakat).

Perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia juga sudah mulai menyadari pentingnya menjalankan CSR, sehingga sudah banyak perusahaan yang mulai berkomitmen dalam menjalankan kegiatan CSR pada perusahaannya. Contoh perusahaan yang sudah melakukan kegiatan CSR di Indonesia yaitu, PT Unilever Indonesia Tbk. Perusahaan tersebut sadar akan pentingnya berbagi dan memberi, namun bukan hanya sebagai upaya meningkatkan reputasi perusahaan, tetapi sebagai upaya untuk membuat perusahaan tersebut tetap tumbuh dan berkembang.

CSR di Indonesia dalam pelaksanaannya berawal dari upaya untuk mengembangkan masyarakat di sekitar wilayah perusahaan beroperasi dan juga dalam jangkauan yang lebih luas lagi. Keberadaan perusahaan diharapkan tidak hanya bermanfaat untuk para pemegang saham (*shareholders*), tetapi juga diharapkan dapat bermanfaat untuk pemangku kepentingan (*stakeholders*) lainnya, khususnya masyarakat (Fakhrudin, Hasan & Mursitama, 2011).

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengungkapan CSR adalah salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk menjaga reputasi mereka dan upaya untuk menunjukkan kepada para *stakeholder* bahwa perusahaan memiliki komitmen dalam melakukan tindakan CSR (Kolk, 2003; Barnett, 2007

dalam Muttakin *et al.*, 2015). Perusahaan yang secara terang-terangan melakukan kegiatan agresivitas pajak akan menimbulkan perhatian publik secara signifikan karena dianggap telah gagal memenuhi harapan masyarakat karena perusahaan tidak membayar bagian pajaknya dengan adil (Christensen & Murphy, 2004; Landolf, 2006; Williams, 2007; Landolf & Symons, 2008; ATO, 2009 dalam Lanis & Richardson, 2013). Kegiatan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan tersebut tentunya akan menimbulkan persepsi yang negatif dari masyarakat.

Sagala (2015) berpendapat bahwa tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya meminimalkan pembayaran pajak tidak sesuai dengan harapan dan pandangan masyarakat karena pajak yang seharusnya dibayarkan oleh perusahaan merupakan komponen penting bagi masyarakat terkait dengan pendanaan barang publik seperti untuk kesehatan, infrastruktur, pendidikan, dan sebagainya. Pandangan yang diyakini masyarakat tersebut menyebabkan perusahaan melakukan upaya-upaya yang termasuk dalam kategori kegiatan agresivitas pajak dapat menimbulkan citra negatif dari masyarakat.

Upaya perusahaan yang telah dilakukan untuk memperoleh citra yang baik dari masyarakat dianggap perlu untuk ditunjukkan kepada publik yaitu dengan cara mengungkapkannya dalam laporan tahunan, bahwa perusahaan telah banyak melakukan aktivitas CSR. Perusahaan mengharapkan pengungkapan CSR tersebut dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari publik bahwa aktivitas yang dilakukan telah sesuai dengan ekspektasi masyarakat dan berusaha

menunjukkan bahwa perusahaan telah melakukan kontribusi penting bagi masyarakat (Sagala, 2015).

Fakhrudin, Hasan & Mursitama (2011) berpendapat bahwa ada prinsip-prinsip penting dalam CSR. Pertama, program-program CSR harus mampu berjalan secara berkesinambungan dan berkelanjutan. Kedua, program CSR yang dilakukan merupakan aktivitas jangka panjang perusahaan. Ketiga, program CSR tersebut harus mempunyai pengaruh positif untuk masyarakat secara lingkungan, ekonomi, dan sosial. Keempat, dana yang digunakan untuk melaksanakan CSR tidak seharusnya diambil dari biaya perusahaan, tetapi diambil dari keuntungan atau dana investasi, sehingga tidak memberatkan konsumen.

Ada beberapa regulasi yang mengatur terkait dengan kewajiban perusahaan untuk mengimplementasikan CSR. Pertama, UU No. 25/2007 tentang Penanaman Modal. Perusahaan yang akan menanamkan modalnya di Indonesia harus berdasar pada asas berwawasan lingkungan tertuang pada Pasal 3 Ayat 1 Poin h. Pasal 15 Poin b juga menuliskan bahwa korporasi asing maupun domestik yang menanamkan modalnya di Indonesia berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Kedua, UU No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas (PT). Dalam Bab V Pasal 74 telah menentukan secara khusus bahwa perusahaan yang berbentuk PT dianjurkan untuk melaksanakan kegiatan CSR. Ketentuan tersebut juga dilengkapi dengan anjuran untuk PT tersebut di dalam laporan tahunannya juga menyertakan laporan tanggung jawab sosial perusahaan (Fakhrudin, Hasan & Mursitama, 2011).

Kiesewetter & Manthey (2017) menyatakan bahwa pendapatan dari pajak sangat penting bagi pemerintah dan juga masyarakat. Pendapatan pajak juga merupakan bagian penting dari fungsi pemerintah dan masyarakat, sehingga Bird & Davis-Nozemack (2016) dalam Kiesewetter & Manthey (2017) berpendapat bahwa penghindaran pajak merupakan suatu masalah yang berkelanjutan. Konsekuensi dari kegiatan penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan dapat mempengaruhi lingkungan, sosial dan aspek ekonomi di masyarakat.

Fisher (2014) dalam Kiesewetter & Manthey (2017) menyatakan bahwa dampak buruk yang mungkin terjadi karena melakukan penghindaran pajak tidak hanya mempengaruhi para *stakeholder* tetapi juga akan mempengaruhi perusahaan itu sendiri karena akan adanya potensi terjadinya misalokasi dana, pengaruh terhadap reputasi perusahaan, dan juga efek terhadap budaya perusahaan tersebut. Jika dilihat dari sudut pandang CSR, perusahaan memiliki kewajiban untuk menyesuaikan diri dengan etika dan tuntutan sosial dari masyarakat. Pengungkapan CSR digunakan sebagai ukuran untuk mengklaim legitimasi sebuah organisasi (Preuss, 2010; Bird & Davis-Nozemack, 2016 dalam Kiesewetter & Manthey, 2017).

Teori legitimasi menunjukkan bahwa perusahaan yang diindikasikan melakukan tindakan agresivitas pajak akan mengungkapkan informasi tambahan terkait kegiatan CSR sebagai upaya untuk mengurangi perhatian publik, dan menunjukkan bahwa perusahaan telah memenuhi kewajibannya kepada masyarakat (Deegan *et al.*, 2002 dalam Lanis & Richardson, 2013). Lanis & Richardson (2013) menyatakan bahwa sejumlah studi akuntansi telah secara

empiris menguji hubungan antara pengungkapan CSR dan perhatian masyarakat yang timbul sebagai akibat dari perilaku perusahaan yang dianggap tidak sesuai dengan harapan masyarakat, seperti yang diasumsikan oleh teori legitimasi. Sejumlah studi tersebut menghasilkan hasil yang tidak konsisten, sedangkan dalam penelitian Lanis & Richardson (2013) menghasilkan adanya hubungan positif dan secara statistik signifikan antara agresivitas pajak dan pengungkapan CSR, sehingga teori legitimasi dapat dikonfirmasi terkait konteks agresivitas pajak perusahaan.

Joseph (2007) dalam Istianingsih (2015) berpendapat bahwa CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab perusahaan kepada para *stakeholder* untuk berperilaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Oleh karena itu, menurut Istianingsih (2015) perusahaan akan melakukan pengungkapan CSR dalam rangka membangun citra perusahaan dan mengurangi asimetri informasi yang terjadi.

Singhvi & Desai (1971) dalam Muttakin *et al.* (2015) menyatakan bahwa profitabilitas yang lebih tinggi dapat memotivasi manajemen untuk mengungkapkan informasi secara lebih besar sebagai sinyal dari posisi keuangan secara keseluruhan dari perusahaan tersebut. Perusahaan dengan profitabilitas yang lebih tinggi akan termotivasi untuk mengungkapkan informasi tersebut sebagai sebuah keuntungan dan sebagai upaya dalam membedakan dirinya dengan perusahaan lain (Verrecchia, 1983; Dye, 1985 dalam Muttakin *et al.*, 2015). Muttakin *et al.* (2015) berpendapat bahwa ketika perusahaan sedang dalam

kondisi kinerja keuntungan yang baik, perusahaan akan memberikan sinyal terkait kualitas mereka kepada investor dengan menyediakan pengungkapan CSR secara lebih besar.

Lang & Lundholm (1993) dalam Muttakin *et al.* (2015) melihat faktor-faktor penentu dalam pengungkapan CSR yang dilakukan dan menemukan bahwa tingkat pengungkapan akan dilakukan secara lebih tinggi oleh perusahaan-perusahaan yang sedang memiliki kinerja yang baik. Hubungan positif yang terjadi antara pengungkapan tersebut dan profitabilitas telah dikonfirmasi dalam penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Haniffa & Cooke (2002) dan Wang *et al.* (2008) (Muttakin *et al.*, 2015).

Istianingsih (2015) berpendapat bahwa salah satu tujuan pengungkapan CSR yaitu adalah untuk memberikan sinyal kepada investor tentang kemampuan perusahaan. Profitabilitas adalah suatu hal yang memang seharusnya mendapatkan perhatian penting karena perusahaan untuk dapat melangsungkan hidupnya harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Anggraini (2006) dalam Kurnianingsih (2013) menyatakan bahwa keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dapat terlihat dari rasio profitabilitas perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang baik, tentunya akan mendapatkan tekanan dari pihak eksternal untuk melakukan CSR secara lebih besar (Hackston & Milne, 1996 dalam Kurnianingsih, 2013).

Berdasarkan uraian sebelumnya, diasumsikan bahwa agresivitas pajak dan profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR yang akan dilakukan oleh perusahaan tersebut. Selain kedua faktor tersebut, ada

beberapa faktor lain yang diasumsikan dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR yang akan dilakukan perusahaan, yaitu ukuran perusahaan (*corporation size*), intensitas modal (*capital intensity*), dan juga *leverage*.

1.2 Rumusan Masalah

Pajak merupakan pendapatan bagi pemerintah. Apabila dilihat dari sisi perusahaan sebagai wajib pajak, tentunya hal tersebut bertentangan. Bagi perusahaan yang pada umumnya ingin memaksimalkan keuntungan yang akan diperoleh, dengan membayar pajak, hal tersebut akan mengurangi pendapatan bersih mereka. Tidak sedikit perusahaan yang ingin menghindari pajak, atau paling tidak dapat membayar pajak lebih rendah dari yang seharusnya dibayarkan. Salah satunya dengan melakukan tindakan agresivitas pajak. Hal tersebut tentunya bertentangan dengan norma dan ketentuan yang berlaku, atau bisa dibilang tidak sesuai dengan harapan masyarakat, sehingga dapat membuat masyarakat memiliki persepsi negatif terhadap perusahaan terkait. Upaya yang dilakukan untuk mengurangi hal tersebut, atau mengalihkan perhatian publik, perusahaan dianggap akan mengungkapkan informasi terkait CSR lebih banyak sehingga terlihat bahwa mereka sudah memenuhi harapan atau ekspektasi masyarakat.

Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan dianggap dipengaruhi oleh beberapa faktor. Selain karena tindakan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan, profitabilitas dianggap menjadi faktor yang turut mempengaruhi tingkat pengungkapan tersebut. Perusahaan dengan profitabilitas yang lebih tinggi dianggap akan mengungkapkan informasi sukarela melalui CSR lebih besar sebagai salah satu upaya dalam membedakan dirinya dengan perusahaan lainnya

dalam konteks yang menguntungkan, dan juga sebagai sinyal bahwa kinerja perusahaan tersebut sedang berjalan dengan baik. Pada umumnya, pengungkapan CSR digunakan untuk membangun citra perusahaan, dikarenakan persepsi masyarakat yang dianggap penting untuk kelangsungan hidup perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah agresivitas pajak mempengaruhi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*?
2. Apakah profitabilitas perusahaan mempengaruhi tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Tujuan penelitian adalah untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh agresivitas pajak terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.
2. Tujuan penelitian adalah untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap tingkat pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan terkait pengungkapan *corporate social responsibility* dan faktor-

faktor yang dapat mempengaruhinya, dalam penelitian ini yaitu agresivitas pajak dan profitabilitas perusahaan.

2. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan gambaran kepada perusahaan-perusahaan terkait tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* dan faktor yang dapat mempengaruhinya. Dan juga kepada para pemangku kepentingan untuk dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

1.4 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan mengenai landasan teori yang digunakan dalam penelitian serta penelitian-penelitian serupa yang telah dilakukan terdahulu. Selain itu, juga menjelaskan kerangka pemikiran dan hipotesis dari penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode yang digunakan dalam pengumpulan data serta metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Pada bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang diberikan guna dipertimbangkan dalam penelitian selanjutnya.